

El espacio comercial cubano, una historia tras la actualidad.

Autores

D.I. Marlen Castellanos Uralde, mcastellanos@isdi.co.cu

D.I. Raul Alejandro Rios Alonso, rarios@isdi.co.cu

Instituto Superior de Diseño (ISDi), Cuba

RESUMEN

El diseño de espacios comerciales cubanos, comienza su historia, una muy interesante historia, en los primeros años del pasado siglo. La venta de artículos eminentemente cubanos y otros importados, pero con características afines a nuestro contexto, creció en calidad y en cantidad y con ella, los locales que, poco a poco, fueron albergando esta actividad.

La necesidad y los avatares de los años 90, hicieron que se perdieran muchas de las características de estos espacios, desde los productos a la venta, pero sobre todo desde el esquema funcional y de uso que hasta ese momento los había caracterizado. Hoy nos encontramos ante fósiles de la época dorada de las ventas en Cuba, reinterpretados para "resolver" estos locales.

Cuba se encuentra hoy en un proceso de revisión de su economía y de los servicios que a su población le ofrece. En un marco propicio para esto, el Instituto Superior de Diseño como entidad rectora del diseño en Cuba, en vinculación con el Ministerio de Comercio Interior, se acercan de manera prospectiva a los espacios comerciales cubanos de hoy, con el objetivo de que cada vez más, caractericen una manera de ser y hacer, que se eleven, a la par de la calidad de los productos a la venta y sean representación de una realidad que identifique a la población con estos establecimientos, sin olvidar el cumplimiento de las funciones para las cuales fueron concebidos.

El resultado a mostrar es un acercamiento certero a un espacio comercial insigne y único en la arteria de Galeano, en Centro Habana: El Bazar Inglés, en una propuesta de transformación perfectamente acorde con los tiempos y el marco económico-social actual. A su vez, se hace un minucioso análisis de la manera de resolver las diferentes variables del espacio en estos espacios comerciales de las primeras décadas del siglo XX, tan bien logrados y

INTRODUCCIÓN

El Instituto Superior de Diseño, como centro rector de la enseñanza del Diseño en Cuba, forma a sus estudiantes en el ejercicio de problemas profesionales apegados a la realidad de nuestro país. Durante el curso 2016-2017, el MINCIN (Ministerio de Comercio Interior), encarga al ISDi, la confección de una propuesta para el diseño de los espacios interiores del Centro Comercial: el Bazar Inglés, en un intento por retomar y proporcionar una nueva imagen al producto nacional, expandido en los Mercados Artesanales Industriales.

Más allá de una tesis eminentemente proyectual, se desplegó todo un trabajo investigativo que fundamente la atinada solución final y cuyos resultados, presentamos a continuación.

Desarrollo

El Diseño de espacios comerciales en Cuba a principios del Siglo XX

El comercio en el territorio del actual municipio de Centro Habana tiene sus comienzos desde la etapa colonial. El Mercado de Tacón o Plaza del Vapor, sito en la cuadrícula de Galiano, Águila y Dragones, forma el foco mercantil por excelencia en la ciudad. Se convierte en *feria permanente* donde acuden, junto a las comunidades vecinas, casi la totalidad población flotante que incluye a excursionistas, transeúntes y turistas. Se desarrollan en la República toda una serie de tiendas antiguas. Las aceras comerciales de mayor competencia son las de: Galiano, Neptuno, San Rafael, Monte, Reina y Belascoaín. ¹

Coincidiendo con los anales de la historia, los primeros espacios comerciales cubanos de gran escala fueron las ferias: ventas ambulantes varadas en un punto o varios de la ciudad, donde confluían de manera espontánea, comerciantes de diverso tipo, donde la personalización del "punto de venta" era inminente, sin embargo, las posibilidades de lograrlo totalmente eran limitadas. El carácter portátil de este tipo de venta, traía consigo la necesidad de generar estructuras ligeras que pudieran retirarse ante las inclemencias del tiempo o sencillamente ante la llegada de la noche, la impermeabilidad de dichas estructuras era muy importante. La venta se lograba haciendo llamar la atención del cliente (transeúnte) mediante pregones y anuncios que lo atraían interesado en la mercancía siempre a la vista y al alcance de todos. Se podía ver, tocar y hasta oler desde la fruta hasta una hermosa pieza de orfebrería. El vendedor se colocaba en el mostrador, ya fuera delante o detrás de él, pero siempre cerca de la mercancía para alcanzarla, mostrarla y despacharla. El servicio a los trabajadores del lugar no era individual, existía un solo servicio sanitario que todos debían utilizar. Se comporta de manera general, muy similar a las ferias existentes hoy en La Habana.

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Feria (espacio comercial móvil)	Estructuras ligeras y móviles, generalmente conformadas por: soporte, cubierta y zona de almacenamiento.	Madera y textiles. Acabados rústicos a vista.	Rústico, construido por los propios vendedores u obreros con relativa especialización.	Detrás de mostrador.	El cliente podía acceder fácilmente al producto incluso sin ayuda del vendedor.	Todos vendían en espacios muy cercanos, productos de la más diversa gama.	Por dentro de la feria entre los diferentes puntos de venta.	Expuestos delante de un grupo de productos

El trust americano F. W. Woolworth Co., el 20 de diciembre de 1924, inaugura su primer *Ten Cents* en San Rafael y Amistad con el cual introducían un principio comercial muy a tono con la experiencia monopolista: "*precios bajos y fijos*". Las mercancías eran ofertadas a la vista del consumidor con los precios marcados. Los más lúcidos propietarios hicieron suyo el axioma, al surgir las tiendas como popular *Casa de los 3 Quilos* (Belascoaín y Reina).

El año 1936 marca un hito en el desarrollo del *centro comercial* de La Habana. Para noviembre de aquel año, la organización denominada Conjunto de Calles y Asociaciones Comerciales

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Edificio (espacio comercial fijo)	Inmueble de varios niveles con acceso único desde el exterior. Espacio compartido para las diferentes tipologías de productos.	Enchapes lozas de 10 x 10cm con motivos repetidos (ajedrezados y otros). Paredes con pintura de colores claros.	Mobiliario de madera, generalmente pegado a la pared o en obra. Mostradores y vitrinas de madera y vidrio.	Detrás de mostrador.	El cliente no accedía al producto, siempre era asistido por un dependiente que guiaba y asistía su compra.	Todos vendían en el mismo espacio, productos diversa gama.	A partir de una zona central de circulación que conectaba todo el espacio desde la entrada hasta la salida.	Expuestos al cliente adjunto al producto.

de Cuba funda el más famoso de sus Ten Cents: El de Galiano, se inauguró oficialmente el 29 de enero de 1937. Esta sería la primera empresa en adoptar un sistema de *tiendas por departamentos*. Aquí podía hallarse todo lo que aspirara a tener en compras menores la familia cubana: ropas, juguetes, ferretería, peletería, entre otros. Le siguió desde 1938 en la aplicación de aquel novedoso sistema, casi todo importado de los Estados Unidos: Almacenes Ultra, luego El Encanto (San Rafael y Galiano), que se convertiría en la más afamada de las tiendas. Igualmente serían muy prestigiosas: Fin de Siglo (Águila y San Rafael); La Época (Neptuno 359); La Filosofía (Neptuno y San Nicolás); La Ópera (Galiano 310); Los Precios Fijos (Reina y Águila), Flogar (Galiano y San Rafael) y La Sears, Roebuck and Co. S.A. (Reina y Amistad). No pocas *tiendas especializadas* se asientan con capitales monopolistas como el Bazar Inglés (Galiano 352). En la línea de ropa de mujer se destacan los almacenes Inclán (Águila 363) como en tiendas de hombres J'Vallés (Industria y San Rafael), La Gran Vía (Neptuno 257), Paramount (Galiano 504) y Roseland (Neptuno y Águila). La alta productividad industrial determinó que muchas de las mercancías que habían sido manufacturadas casi artesanalmente, según los intereses del consumidor, ahora concurrían al mercado a muy bajos precios, pero en dimensiones y formas estándares. No obstante las sastrerías, ópticas y joyerías mantuvieron una labor muy profesional, al detalle, para complacer a los clientes en los más exigentes gustos.

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Edificio (espacio comercial fijo)	Inmueble de varios niveles con acceso único desde el exterior. Espacios divididos por tipologías de productos a la venta. Grandes vidrieras en las fachadas de las plantas: baja y primera.	Enchapes de granito y terrazo. Paredes con pintura de colores claros.	Mobiliario de madera, mármol y vitrinas de madera y vidrio.	Detrás de mostrador.	El cliente no accedía al producto, siempre era asistido por un dependiente que guiaba y asistía su compra.	Los espacios se dedicaban solo a vender productos de una sola gama (tiendas por departamentos)	A partir de una zona central de circulación que conectaba todo el espacio desde la entrada hasta la salida.	Expuestos al cliente adjunto al producto.

Luego, para los años 50, proliferaron los pequeños negocios familiares: las bodegas de venta de alimentos y otras similares. Las tiendas por departamentos seguían creciendo y tomando un auge inusitado en el circuito de tiendas de Galiano y sus alrededores. Comenzó la construcción de varios hoteles en la zona del Vedado, que abrían el panorama y la gama de ofertas y productos a la venta, pues en sus pisos inferiores eran abiertas tiendas por departamentos especializadas en ropa, calzado, perfumería, etc.

En 1959, tras el triunfo revolucionario, los espacios comerciales fueron sufriendo una modificación, que comenzaría con la nacionalización de muchas industrias y continuaría con el progresivo desabastecimiento de productos norteamericanos en las vitrinas de estos espacios. Hacia la década de los 80, sería entonces, que comenzaría un nuevo abastecimiento de estos espacios y se retomarían a la "usanza soviética", muchos de estos espacios, llenos de propagandas partidistas y gráficas importadas.

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Edificio (espacio comercial fijo)	Inmueble sin divisiones fijas, de varios niveles con acceso único desde el exterior.	Enchapes de granito y terrazo u otros rescatados de la etapa anterior. Paredes texturizadas y/o empapeladas. Falsos techos de madera.	Muebles de madera contrachapada con recubrimiento plastificado de formica.	Detrás de mostrador.	El cliente no accedía al producto, siempre era asistido por un dependiente a cargo de cada mostrador.	Dentro de un mismo espacio, se vendía en cada punto, productos de tipologías similares pero no idénticas.	A partir de una zona central de circulación que conectaba todo el espacio desde la entrada hasta la salida.	Expuestos al cliente adjunto al producto.

Tras la caída del campo socialista, el desabastecimiento de los espacios comerciales en Cuba, fue inminente, entre 1992 y 1994, el presupuesto nacional se redujo a menos de 2000 millones de dólares, se había perdido el 85% del mercado exterior, siendo esta situación económica agravada por la imposición del embargo económico de Estados Unidos. Los espacios comerciales quedaban entonces intactos, pero sin productos a la venta, muchos fueron cerrados y comenzó su depauperación, otros, aun abiertos, fueron explotados sin el menor cuidado, perdiendo los valores arquitectónicos que los caracterizaban desde su inauguración. Los Mercados de racionalización de alimentos de la familia cubana, continuaron abiertos y prestando el servicio tan necesarios para la población. La venta al por mayor de artículos de primera y segunda necesidad, se vio casi eliminado de la realidad cubana.

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Edificio (espacio comercial fijo)	Inmueble con divisiones fijas y otras dadas por la distribución de mobiliario. Llegan a esta etapa en muy mal estado constructivo (interiores y exteriores).	Enchapes de granito y terrazo u otros rescatados de la etapa anterior. Paredes texturizadas y/o empapeladas. Falsos techos de madera. Todos los tratamientos sin retoques o restauraciones, en muchos casos en muy mal estado.	Muebles de madera contrachapada con recubrimiento plastificado de formica. Muebles de concreto en obra.	Detrás de mostrador.	El cliente no accedía al producto, siempre era asistido por un dependiente a cargo de cada mostrador.	Dentro de un mismo espacio, se vendía en cada punto, productos de la misma categoría en diferentes puntos.	A partir de una zona central de circulación que conectaba todo el espacio desde la entrada hasta la salida.	Expuestos al cliente adjunto al producto.

Luego de la recuperación del país y la consiguiente despenalización del dólar, surgen alternativas como: los Mercados Artesanales Industriales y las Tiendas Recaudadoras de Divisas. Los primeros, se dedican aun hoy a la venta de artículos de producción nacional y las segundas, ponen a la venta artículos importados de diversos lugares. Sin embargo, en muchos de los casos, se mantienen los mismos inmuebles, con una restauración de fachada y sin retoque alguno de los interiores. Las diferencias entre las dos tipologías de mercado existentes hoy, son muy marcadas, denotándose en unas, la decadencia de todo lo relativo al servicio y el producto y en la otra: la calidad del espacio, el servicio y la venta. En el caso de las Tiendas Recaudadoras de Divisas, incluso se han construidos nuevos inmuebles a partir del 2000 para albergar esta venta.

Mercados Artesanales Industriales:

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Edificio (espacio comercial fijo)	Inmueble con divisiones fijas y otras dadas por la distribución de mobiliario. Llegan a esta etapa en muy mal estado constructivo (interiores). Los exteriores son restaurados en cuanto a pintura y retoque de fachada.	Enchapes de granito y terrazo u otros rescatados de la etapa anterior. Paredes con enlucido y pintura en gamas claras: arena, blanco, marfil, etc.	Muebles de tableros aglomerados con tratamiento superficial ligero. Vitrinas de madera contrachapada y vidrio.	Detrás de mostrador. Con acceso directo al producto y asistencia del dependiente.	El cliente no accedía al producto, es asistido por un dependiente a cargo de cada mostrador. Algunos productos de gran tamaño, se amontonan en una esquina del espacio y con la asistencia de un dependiente, se efectúa su despacho.	Dentro de un mismo espacio, se venden productos la misma categoría en diferentes puntos.	A partir de una o varias áreas que recorren el espacio	Expuestos al cliente adjunto al producto.

Tiendas de Recaudación de Divisas:

Tipología de espacio comercial	Estructura	Materiales	Mobiliario	Tipo de venta	Interacción del cliente con el producto	Especialización de la venta	Circulación	Precios
Edificio (espacio comercial fijo)	Inmueble de varias plantas en la mayoría de los casos, con divisiones fijas y otras dadas por la distribución	Enchapes de terrazo o lozas con enchape imitación de piedras.	Muebles de estructura metálica o plástica, divisiones de tableros y vitrinas de vidrio.	Detrás de mostrador y autoservicio en muchos casos.	El cliente es atendido por un dependiente desde detrás del mostrador o selecciona automáticamente el producto a	Dentro de un mismo espacio, se venden artículos de muy diverso tipo.	A partir de una o varias áreas que recorren el espacio.	Expuestos (o no) al cliente en el estante donde se encuentra

<p>de mobiliario.</p> <p>Fachadas de cemento, vidrio y metal o fachadas rescatadas con remodelaciones en la estructura y los materiales del edificio.</p>	<p>La mayoría son importados.</p>	<p>comprar y lo paga en caja.</p>	<p>la venta el producto.</p>
---	-----------------------------------	-----------------------------------	------------------------------

El espacio comercial estatal cubano. Una nueva visión. Caso Bazar Inglés.

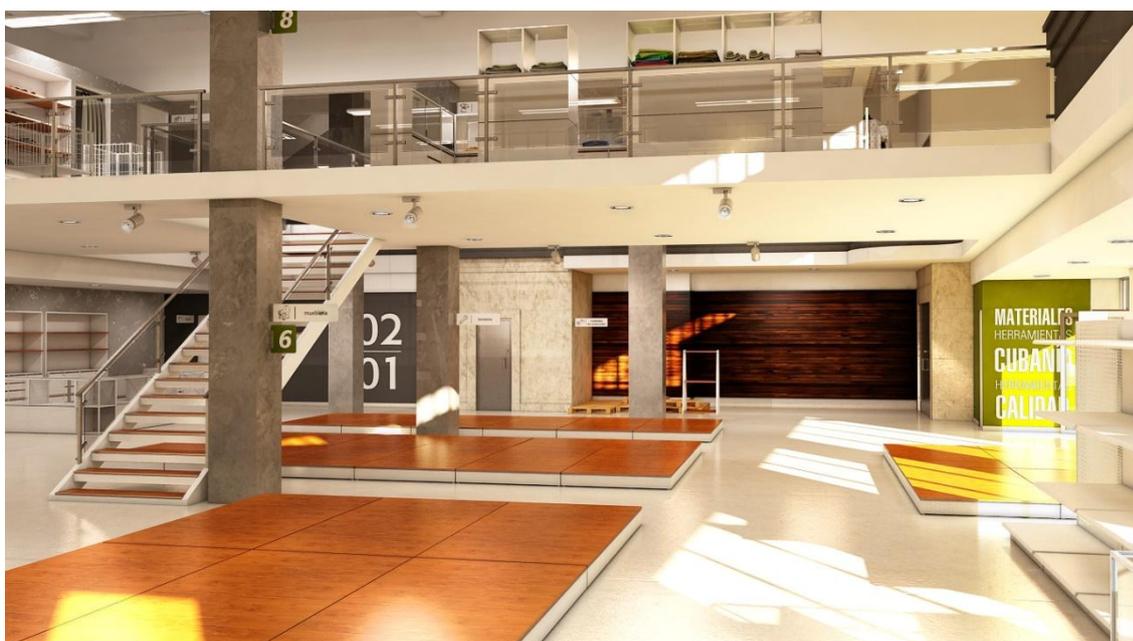
“Habiendo pasado por diferentes explotadores y variados artículos de venta, El Bazar Inglés es un hito dentro de la Calle Galiano, por su historia, su localización y por el imponente carácter que desborda su edificio, proyecto ejecutado por: Martín y Moreyra como Arquitectos y Salvador Cuervo como Constructor. Este lujoso edificio fue inaugurado en el Siglo XX con el fin que desempeña hoy. El mismo nos deja ver el paso de los años, es el resultado de una excelente construcción que combina una suerte de calidad de ejecución del proyecto, con la intención de mantener el edificio en buenas condiciones, aunque los recursos y la calidad de las reparaciones no sean los mejores”.

En el contexto del desarrollo social y económico que pretende alcanzar nuestro país, no es esporádica la inclusión del diseño en las diferentes esferas de crecimiento dadas las ventajas que su aplicación puede presuponer. Como parte de la propuesta se resuelven: la circulación y distribución variables del espacio, además de una adecuada comunicación y estética contemporánea, atributos de los cuales carecen estas instituciones en la actualidad.

Otro aporte importante es la propuesta de un diseño de mobiliario que potencia la posibilidad de reconfiguración del espacio dada la posible variación de los mismos en cuanto a dimensiones y localización. Lo que hoy se presenta, acaba siendo una propuesta integral que va desde los elementos particulares hasta los más generales de concepción de un nuevo espacio comercial, que se corresponda con la nueva visualidad que los mercados MAI necesitan.



Propuesta de diseño de interiores: Mercado Artesanal Industrial: El Bazar Inglés (curso: 2015-2016).



Propuesta de diseño de interiores: Mercado Artesanal Industrial: El Bazar Inglés (curso: 2015-2016).



Propuesta de diseño de mobiliario: Mercado Artesanal Industrial: El Bazar Inglés (curso: 2015-2016).

Dicha propuesta puede ser estudiada en un futuro a fin de ser generalizada en el resto de las tiendas de esta cadena, como demostración de las potencialidades que aporta la inclusión del diseño en la actividad comercial e industrial cubanas.

Trabajos de diploma como este, con ajuste a las necesidades económicas de nuestro país, son pertinentes en la situación actual de Cuba, cuando nos proponemos mejorar en calidad y cantidad, las producciones nacionales.

Si verdaderamente se quiere dar otra visualidad y reconocimiento a las producciones eminentemente cubanas, es necesario que los cubanos aprecien la real calidad de ellos, elevar la organización y el estándar de los establecimientos que los ofrecen, es una necesidad evidente.

Al presenciar las soluciones brindadas, queda demostrado que el diseño es un pilar muy importante en la superación del producto nacional, toda vez que estudia las potencialidades y resuelve los problemas funcionales, de uso, tecnológicos, contextuales y las posibilidades frente a la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

1. Bartolomé Bárguez, Carlos; Síntesis Histórica Municipal Centro Habana; Editora Historia, Instituto de Historia de Cuba; La Habana 2010; ISBN: 978-959-7048-81-7
2. E. Weiss Joaquín; Arquitectura colonial Cubana I,II,III; Editorial Letras Cubanas, La Habana, 1968.
3. E. Weiss Joaquín; Portadas Coloniales de La Habana; Editorial Letras Cubanas, La Habana, 1968.
4. Espinosa Ordoñez, Michell Alexander El espacio comercial como proyecto arquitectónico.
5. Luis Rodríguez Eduardo, The Havana Guide, Modern architecture 1925-1965; New York, 2000.
6. Pérez Pérez, Msc Milvia. Diseño interior en establecimientos comerciales. Enero 2016.